

“Cuidar a las personas no debilita la empresa; la hace más rentable”

La cadena hotelera defiende que medidas como la reducción horaria o el refuerzo de equipos mejoran el clima laboral, reducen el desgaste y elevan la calidad del servicio.



Rodrigo Fitaroni de Almeida, CEO de MarSenses Hotels & Homes

La sostenibilidad suele plantearse como un coste añadido dentro del turismo y la hostelería, especialmente cuando implica mejoras laborales, ampliación de equipos o cambios internos en la gestión.

Sin embargo, MarSenses Hotels & Homes defiende precisamente lo contrario: que apostar por el bienestar de las personas también puede ser una decisión rentable. Tras casi seis años impulsando medidas vinculadas a sostenibilidad social, la compañía sostiene que cuidar al equipo no solo mejora el entorno de trabajo, sino también los resultados del negocio.

Pregunta. ¿Por qué existe la idea de que la sostenibilidad y el bienestar laboral “salen caros”?

Respuesta. Porque durante mucho tiempo la rentabilidad se ha entendido solo a corto plazo. Mejorar condiciones laborales se veía como un gasto, sin calcular el coste real del agotamiento, la rotación o la pérdida de calidad. En hostelería hemos normalizado demasiadas veces trabajar

desde el sobre-esfuerzo. Nosotros creemos que cuidar a las personas no debilita la empresa; la hace más estable, más humana y también más rentable.

P. ¿Cómo han impactado medidas como la reducción horaria o la ampliación de ratios de personal en el funcionamiento de MarSenses?

R. Han tenido un impacto muy positivo, aunque también nos han obligado a replantear muchas inercias del sector. Reducir jornadas o reforzar equipos implica reorganizar procesos y cambiar formas de trabajar. Pero los resultados son claros: mejor clima laboral, menos desgaste, menor absentismo y equipos más comprometidos. Cuando una persona puede descansar y conciliar mejor, cambia completamente la manera en la que vive su trabajo.

P. ¿Qué relación existe entre el bienestar del equipo y la experiencia que finalmente recibe el cliente?

R. La relación es directa. La hostelería es una industria emocional, y el cliente

percibe perfectamente cuándo un equipo trabaja desde la motivación o desde el agotamiento. Puedes tener un hotel precioso, pero si las personas están quemadas, eso acaba llegando al huésped. La hospitalidad auténtica nace de equipos que se sienten cuidados, respetados y valorados.

P. ¿Qué debería cambiar para que más empresas entiendan la sostenibilidad social como una inversión y no como un gasto?

R. Hace falta una visión más a largo plazo y más honestidad dentro del sector. Durante años se han normalizado dinámicas laborales muy exigentes como si fueran inevitables. También necesitamos más ejemplos reales que demuestren que mejorar condiciones laborales puede convivir con buenos resultados económicos. Cuando los datos acompañan, el debate cambia. Ahí es donde el dato mata el relato.

Más información
www.marsenses.com

